# 高校学生求职搜寻中信息的采纳行为研究*

■ 范哲[1] 张雨婷[1] 孙晓宁[2]
[1] 南通大学经济与管理学院 南通 226019 [2] 山西财经大学信息学院 太原 030006

摘 要：[目的/意义]对高校学生求职搜寻中信息的采纳行为进行探索，为求职搜寻优化提供理论借鉴。[方法/过程]基于“认知－态度－行为”模型构建求职搜寻中信息的采纳行为研究框架并展开实证调研，通过问卷调查方法获取高校学生求职过程中的信息的采纳行为数据，借助数理统计、对应分析等方法对数据进行分析、归纳，探究采纳行为的内在机理。[结果/结论] 高校学生对于信息采纳的自我认知和渠道认知水平中等；采纳的态度形成与搜寻目的相关，检验评价标准多元；采纳的具体行为集中，采纳类型因搜寻情境呈现多样化。

关键词：高校学生 求职信息搜寻 采纳行为 “认知－态度－行为”模型
分类号：G251
DOI：10.13266/j.issn.0252－3116.2020.18.012



## 1 引言

近年来，高校学生就业问题受到了全社会的关注，人力资源社会保障部要求：“运用‘互联网＋’技术推进就业信息跨区域互通共享，用好高校毕业生精准招聘平台”[1]。可见，获得合适的职位信息是高校学生得以顺利就业的首要前提，然而求职是动态的、循环的自我调节过程[2]，求职信息行为基本上可以看作是一种信息搜寻的过程[3]，因此，信息搜寻活动贯穿整个求职始终，获得与自身需求匹配的求职信息、减少信息不对称是高校学生开展求职信息搜寻活动的主要目的[4]。由于求职信息较为分散且具有较强的时效性，需要求职者使用多种不同类型信息源为其求职计划提供连续的信息支持[3,5]，在某一固定时刻采用传统的逐步搜索的信息搜寻方式不利于及时、有效获取匹配信息[6]。

就获取方式而言，社交媒体搜索逐渐开始成为最主要、应用最广泛的求职信息搜索方式[7]，高校学生通常综合使用多个搜寻渠道以实现互补[8]，除传统搜索外，通过关注、定制等形式获得个性化信息、以及基于社交关系的社交式搜索是目前国内高校学生主要的求职信息搜寻方式[9]。可见，在搜索、浏览、交互等搜寻情景中主动与被动获取信息模式已逐渐发展为高校学生求职搜寻的主要方式，因而，其采纳行为可能与基于传统信息搜索活动的采纳机理存在差异，在求职过程中，需要求职者基于获得的信息与自身求职需求建立连接，判断信息采纳与否，并将采纳的有效、有用信息用于指导求职活动，进而不断修正、调整求职搜寻策略。

现有求职信息搜寻的文献主要侧重于研究搜寻成本和结果影响因素[10]，还有研究者关注到求职搜索过程中求职者、信息源、所获信息对搜索行为的影响，侧重于运用相关信息行为理论开展研究，研究者常选择广泛求职群体或易于获得样本的高校学生作为研究对象进行探讨，专门研究高校学生就业信息搜寻的行为研究并不多见。高校学生求职搜寻方面的研究多从社会学、经济学、教育学视角基于工作搜寻理论开展[11－12]，但工作搜寻理论是从理解劳动力市场运行机制的视角研究工作搜寻与匹配的有关问题。国内少数学者从行为视角探索高校学生求职信息搜寻[13－14]，侧重于主动搜寻信息行为模式的分析，实证研究多为同一时间截面上的数据分析，在信息行为研究领域，高校学生求职信息搜寻行为的研究依然缺乏，一些观点缺乏实证数据的支持[8]，对求职领域的特点关注不够[15]。在信息分散情境下，尤其当定制、推送、关注等

* 本文系国家社会科学基金青年项目“面向过程的信息搜索用户学习机理研究与游戏化学习框架设计”（项目编号：19CTQ022）研究成果之一。
作者简介：范哲（ORCID：0000－0002－5632－494X），副教授，博士，E－mail：fz92@ntu.edu.cn；张雨婷（ORCID：0000－0003－0396－705X），本科生；孙晓宁（ORCID：0000－0003－1759－2543），副教授，博士。
收稿日期：2019－12－04 修回日期：2020－04－30 本文起止页码：105－113 本文责任编辑：易飞

功能得到大量应用，求职者结合运用线上、线下社交关系开展有效、合理的采纳能够缓解信息不对称问题，进而做出正确、合理选择，但这些来自于多渠道的碎片化信息的采纳未能被研究者关注到。

因此，本文对高校学生求职搜寻中信息的采纳行为进行探索，其结论一方面对于帮助高校学生在求职时获取有效匹配的求职信息、启发搜寻行为、提升信息素养有积极作用；另一方面，为信息发布方合理选择职位发布方式与途径提供理论借鉴。

## 2　求职搜寻中信息的采纳行为研究框架设计

环境心理学领域在探讨物理环境影响个体行为的研究中提出了著名的"SOR"模型，其中 S(stimulus)表示外界环境刺激，O(organism)表示主体的情感感知，R(response)表示主体在接收到刺激之后，经过某些内心活动，相应做出的反应，如采纳或规避等行为[16]。对于求职搜寻中信息采纳行为而言，信息的出现即为刺激 S(stimulus)，广泛应用于解释人类行为机制问题的"认知－态度－行为"模型指出"人们的认知程度决定了其行动的态度，而态度决定了行动意愿"[17]。因此，采纳行为的研究框架应该由认知、态度、行动 3 个环节共同组成。具体来看，接收信息刺激的用户只有在对信息的主题和形式产生认知的前提下才能进一步采取行动，所以当发现相关信息这一刺激发生后，主体对信息的认知和态度是主体的情感感知("O")，"R"为对信息的具体采纳行为。可见，"认知－态度－行为"模型理论适用于解释求职搜寻中信息刺激发生后的采纳行为过程。相应地，高校学生对信息的采纳行为分为三个层次：信息出现后，高校学生对信息进行认知和加工，即对信息内容和形式的主动观察、思考；接着对信息产生注意并加以检验评价进而形成相应的态度；最终认知和态度会影响其对信息的"探索""保存""利用"与"分享"等行为。



### 2.1　求职搜寻中采纳信息的认知

用户发现信息是在好奇、兴趣、可用、需求等驱动下激发了注意触发机理[18]。根据个人前期的知识、经验以及关注的问题对出现的信息及时产生相应的认知，认知即指发现相关信息这一刺激发生后的内心活动及对其进行加工的过程。对于接受信息刺激的用户来说，用户、环境、信息和需求因素是认知形成所必须的四要素。据此，对于求职信息采纳行为前的认知探讨，旨在探索高校学生当前对自身、环境、信息和求职需求是否足够清晰，用户和信息认知即是否对自己的性格兴趣、人格特质及所关心的信息的类型有一定的了解和定位；环境认知即对求职搜寻渠道是否有了解和使用；需求认知指个体权衡信息的价值与自己当前的需求状态和目标是否相符的内心活动，是否可以具体地陈述与自己求职相关的问题和需求是认知形成的重要影响因素。结合信息搜寻发生机制和高校学生的认知心理发展特征，论文侧重研究高校学生对求职信息认知的两个维度：对自我的认知和求职搜寻渠道的认知。试图探究：高校学生对自身和求职信息的主观认知如何？对求职信息需求及搜寻渠道是否了解和明确？

### 2.2　采纳信息的态度形成

认知心理学提出态度的形成是以个体认知为基础态度而逐步形成的注意和判断的完整过程[17]。首先用户对获取的信息产生内心活动及对其进行加工，接着用户会对与当前问题、关注、需求有联系的信息加以"注意"和"检验"。陈为东提出用户在学术新媒体环境下处于浏览、检索、评论或交互状态，当遇到信息刺激时，会产生主动注意行动，感知兴奋或愉悦，紧接着采取停驻行为[18]，有研究表明与问题相关的和与兴趣相关的特征标识会引起用户的注意[19]。从注意到停驻过程，用户对问题的沉浸程度逐渐升高，执著于对信息的质量、实用性和真伪进行有效的检验，继而决定是否对信息进行使用。被检验的信息若与用户已有的认知结构内容相匹配，则将该信息同化；若对立，用户会将其同内在认知发生联结、更新完善原有认知，形成新的认知结构[20]。由此，本部分将围绕信息的特征及内容展开调查，对用户信息态度进行考查，并试图探讨：高校学生对信息的有用性如何评价？高校学生对信息予以采纳的态度形成受哪些因素的影响？

### 2.3　信息采纳的具体行为表征

从"认知－态度－行为"模型来看，信息采纳是态度形成中价值判断的结果，强调信息被接受并加以使用、保存、分享或深入探索的行为过程[17]。粟村伦久提出了信息偶遇利用的 3 种形式：自己利用、共享和存储，其中自己利用强调用户为了满足自己的信息需求而对信息加以利用；"共享"是用户将信息共享给其他用户以满足他人的信息需求；"存储"是指用户将信息进行保存以便将来进行吸收和利用[21]。由于目前高校学生对求职信息的获取是通过主、被动方式多渠道获得的，因此，这 3 种利用形式适用于对求职信息采纳

具体行为表征的探索。据此,本研究将通过信息的不同采纳行为、利用类型及信息的主要用途三个方面对高校学生的信息采纳情况进行考查,并试图探讨:现阶段高校学生对信息的主要采纳行为有哪些?高校学生偏向于采纳哪些类型的信息?采纳的信息主要有哪些用途?

## 3 研究过程与结果讨论

为了获得高校学生求职搜寻信息的采纳行为数据,本文采用问卷调查的方式,围绕 4 部分展开:个人基本信息、高校学生对个人及求职的认知、求职搜寻中对信息的态度、采纳信息的使用行为。问卷通过问卷星网站进行发放、回收,问卷于 2019 年 5 月 3 日发放,历时一周,共回收 308 份,剔除无效问卷 40 份,剩余有效问卷 268 份,有效回收率为 87.01%。

调查样本的总体情况如下:男女比例均衡(男性 46.27%,女性 53.73%),高校各年级人群均有覆盖(比例分别为:大一 11.6%、大二 13.8%、大三 26.1%、大四(本科毕业生)39.9%、大五(五年制本科毕业生)1.1%、研究生 7.5%),专业涉及文、理、工、艺、体等(比例分别为文科 42.1%,理工科 53.4%,艺体类 4.5%),整理来看,样本具有代表性,问卷中量表的信效度检验结果显示 Cronbach Alpha 系数为 0.902,KMO 和 Bartlett 测量取样检验结果为 0.901,总体信效度系数值都在理想的范围内。



### 3.1 信息采纳的认知情况

#### 3.1.1 高校学生自我认知

(1)高校学生自我认知是影响求职搜寻中信息认知产生的重要因素。自我认知具体体现为个人的信息素养,包括意识、知识、技术 3 个方面,即了解并清楚何时需要什么样的信息,具有检索、评价和有效使用所需信息的能力,具备积极主动去搜寻所需信息的能力。并采用李克特量表(5 级)对高校学生信息素养进行测量。自我认知调查结果(见表 1、表 2)显示,自我认知均值为 21.65,与最大值 30 的比值为 72.2%。其中,对于“能够使用相关搜索工具获取信息”的技术方面素养最高,其次是“能够主动开展信息搜寻”的意识方面的素养,对于自身信息需求的评估和表达方面的素养相对较低。

(2)高校学生自我认知的影响因素。为探究高校学生个体特征对自我认知的影响,利用单因素方差分析法对不同性别、年级和专业的人群与自我认知进行差异性分析,结果如表 3 所示,不同年级的高校学生的自我认知存在显著性差异。根据对不同年级自我认知均值与标准差值的分析(见表 2)发现,大四、大五学生对求职的自我认知较高,总体趋势上,认知随年级的增长也呈增长趋势。

表 1 自我认知调查统计

| 测量题项 | Mean | SD | 排序 |
|---|---|---|---|
| 了解自身的信息需求并能够明确地表达出来 | 3.56 | 0.891 | 6 |
| 能够主动从生活中不断地查找、探究新信息 | 3.62 | 0.872 | 2 |
| 能够熟练地使用搜索引擎等工具和渠道进行搜寻 | 3.65 | 0.923 | 1 |
| 能够对信息进行辨别和分析,正确地加以评估 | 3.61 | 0.882 | 3 |
| 能够灵活地支配信息 | 3.6 | 0.874 | 5 |
| 能够有效地利用信息,表达个人的思想和观念 | 3.61 | 0.886 | 4 |

#### 3.1.2 对求职搜寻渠道的认知

(1)求职搜寻渠道认知的整体情况。为研究高校学生对求职搜寻渠道的认知情况,问卷中围绕对求职搜寻渠道类型的了解和使用情况、使用频次和搜寻渠道功能的使用情况进行提问。统计分析发现高校学生对线下渠道如校内招聘会、校内广告栏海报、老师和朋友间的信息交流认知程度最高,达到总观察值的 42%,传统网站的搜索和浏览、社交网站分别为 32%、15%,利用社交网站获取求职信息所占的比例较小。通过定义多重响应变量集对高校学生熟悉和经常使用的求职搜寻渠道的统计分析(见表 4)发现,线下渠道中经常利用校内招聘会获取信息的高校学生比例最高,对于大街网这类社交招聘网站熟悉度和使用程度都比较低。求职渠道功能的使用情况调查统计见表 5,对求职 App 提供的功能普遍使用情况为有时使用,经常和总是使用的学生只占总人数的 30%,其中站内搜索功能的使用相对高于其他浏览、定制功能。

(2)对求职搜寻渠道认知的影响因素。为探讨高校学生个体因素对搜寻渠道认知的影响,利用单因素方差分析法对不同性别、年级、专业的高校学生对求职搜寻渠道的使用情况及对求职渠道所提供功能的使用情况进行差异性分析。分析结果显示,不同性别和专业的学生对搜寻渠道和功能的认知不存在显著性差异(方差分析 P 值分别为 0.247 和 0.196),不同年级对搜寻渠道的使用频次存在明显差异(见表 6 和图 1),其中大四、大五年级对求职渠道的使用频次最高,其次是研究生及以上学历,大一到大四的人群认知逐渐呈上升趋势。

表 2　不同年级个人认知调查统计

| 年级 \ 统计值 | N | 平均数 | 标准偏差 | 标准误 | 平均值的 95% 信赖区间 | | 最小值 | 最大值 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 下限 | 上限 | | |
| 大一 | 31 | 20.129 0 | 5.713 97 | 1.026 26 | 18.033 1 | 22.224 9 | 6.00 | 29.00 |
| 大二 | 37 | 20.270 3 | 5.135 11 | 0.844 21 | 18.558 1 | 21.982 4 | 6.00 | 30.00 |
| 大三 | 70 | 21.657 1 | 4.266 10 | 0.509 90 | 20.639 9 | 22.674 4 | 6.00 | 30.00 |
| 大四 | 107 | 22.654 2 | 3.529 13 | 0.341 17 | 21.977 8 | 23.330 6 | 13.00 | 30.00 |
| 大五 | 3 | 22.666 7 | 2.516 61 | 1.452 97 | 16.415 1 | 28.918 3 | 20.00 | 25.00 |
| 研究生及以上 | 20 | 21.000 0 | 4.039 28 | 0.903 21 | 19.109 6 | 22.890 4 | 10.00 | 26.00 |
| 总计 | 268 | 21.649 3 | 4.365 78 | 0.266 68 | 21.124 2 | 22.174 3 | 6.00 | 30.00 |

表 3　不同年级对自我认知的单因素方差分析

| Source | SS | df | MS | F | P |
|---|---|---|---|---|---|
| 群组之间 | 261.605 | 5 | 52.321 | 2.84 | 0.016 |
| 在群组内 | 4 827.425 | 262 | 18.425 | | |
| 统计 | 5 089.03 | 267 | | | |

表 4　求职渠道的分布情况统计分析

| 求职渠道 | 线下杂志书籍报纸 | 校内招聘会 | 广告栏海报 | 老师朋友交流 | 百度等浏览器 | 58 同城 | 51job |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| N | 65 | 178 | 76 | 108 | 70 | 82 | 49 |
| 占比(%) | 24.30 | 66.40 | 28.40 | 40.30 | 26.10 | 30.60 | 18.30 |
| 求职渠道 | 智联招聘 | 知乎 | 微博 | 大街网 | 微信公众号 | 前程无忧 | 高校官网 |
| N | 80 | 30 | 39 | 15 | 73 | 61 | 58 |
| 占比(%) | 29.90 | 11.20 | 14.60 | 5.60 | 27.20 | 22.80 | 21.60 |

表 5　求职渠道功能的使用情况调查统计

| 测量题项 | 站内搜索功能 | 浏览帖子及主页推荐 | 搜索相关人或专题，关注动态更新 | 定制信息需求，信息推送 | 社交网站论坛的交互 | 线下书籍、报纸、杂志等的查询和浏览 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Mean | 3.3 | 3.11 | 3.18 | 3.13 | 3.16 | 3 |
| SD | 0.980 | 0.961 | 0.982 | 0.962 | 0.974 | 1.026 |
| 排序 | 1 | 5 | 2 | 4 | 3 | 6 |

表 6　不同年级对求职搜寻渠道使用的单因素方差分析

| Source | SS | df | MS | F | P |
|---|---|---|---|---|---|
| 群组之间 | 25.205 | 5 | 5.041 | 7.149 | 0.000 |
| 在群组内 | 184.735 | 262 | 0.705 | | |
| 统计 | 209.940 | 267 | | | |

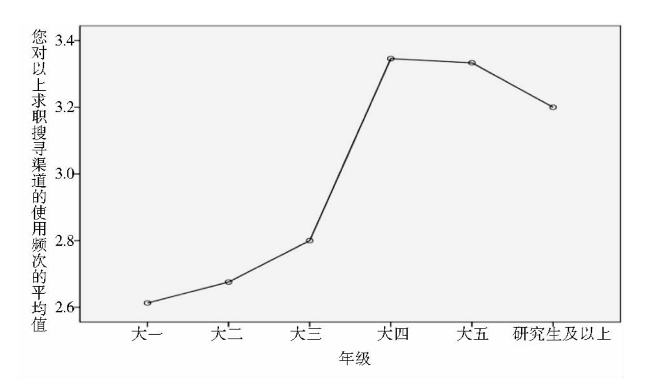



图 1　不同年级对求职搜寻渠道使用频次的平均值

### 3.2　采纳信息的态度形成情况

态度的形成是对信息注意到检验的过程，注意的触发与信息类型有关，有学者提出用户普遍对兴趣相关和问题相关的问题产生注意[20,22]。对获取信息的检验环节也是高校学生形成态度的重要因素，对 12 名高校学生（本科生 9 人、研究生 3 人）围绕“哪些信息类型在搜寻中容易引起注意、检验信息对求职是否有帮助的标准是什么”等态度形成问题开展小规模访谈并录音，对访谈内容进行内容分析，以此为基础，汇总引起高校学生注意的信息类型和和检验信息的标准设计问卷，调查中设置“你会对哪些信息类型产生注意”对高校学生求职

兴趣相关和问题相关的注意情况进行考察。对信息因素的检验标准采用五级测量法考察高校学生检验过程中对信息内容的质量、相关性、信息源的可靠性、信息服务和界面4个方面重要程度的态度。信度分析结果显示 Cronbach 的 Alpha 系数0.859 >0.7，KMO 和 Bartlett 的检验结果为0.816，总体效度在理想范围内。

### 3.2.1 高校学生对信息的注意情况分析

分析结果显示，对信息的态度超过半数(51.1%)的高校学生是比较或非常同意在求职搜寻中经常能够遇到有用或感兴趣的信息，持不确定态度的占总人数的32.1%。偶遇信息的注意类型和求职搜寻情景的多重响应交叉分析结果(见表7)显示，求职场景中，高校学生对问题相关的意向城市或职位的招聘信息及福利待遇、可能会用到的求职面试、工作经验分享类信息产生注意的占比最高，分别为62.2%和57.20%。而对于兴趣相关的感兴趣公司的工作环境和企业文化在各个搜寻情境下产生注意的学生都占到很大的比例。兼职搜寻情境下的高校学生更关注企业的兼职类招聘信息和公司的相关培训和发展计划，创业情境下的学生多关注创业经验分享类信息。

表7 信息的注意类型和求职搜寻情景的交叉分析

| 信息类型(i) \ 搜寻情景 | | 求职情景 | 兼职情景 | 创业情景 | 合计 |
|---|---|---|---|---|---|
| 感兴趣的城市和公司的娱乐新闻 | 计数 | 69 | 22 | 3 | 94 |
| | 占比(%) | 38.30 | 31.00 | 17.60 | |
| 公司的企业文化环境 | 计数 | 108 | 45 | 12 | 165 |
| | 占比(%) | 60.00 | 63.40 | 70.60 | |
| 公司的周边环境 | 计数 | 108 | 31 | 4 | 143 |
| | 占比(%) | 60.00 | 43.70 | 23.50 | |
| 相关培训和发展计划 | 计数 | 99 | 40 | 6 | 145 |
| | 占比(%) | 55.00 | 56.30 | 35.30 | |
| 招聘信息、福利待遇 | 计数 | 112 | 28 | 8 | 148 |
| | 占比(%) | 62.20 | 39.40 | 47.10% | |
| 求职面试、工作经验分享 | 计数 | 103 | 31 | 6 | 140 |
| | 占比(%) | 57.20 | 43.70 | 35.30 | |
| 兼职类招聘信息 | 计数 | 41 | 35 | 3 | 79 |
| | 占比(%) | 22.80 | 49.30 | 17.60 | |
| 创业经验分享 | 计数 | 35 | 12 | 9 | 56 |
| | 占比(%) | 19.40 | 16.90 | 52.90 | |
| 总计 | 计数 | 180 | 71 | 17 | 268 |
| | 总占比(%) | 67.20 | 26.50 | 6.30 | 100 |

### 3.2.2 高校学生求职信息态度形成的影响因素

为探讨对求职信息态度形成的影响因素，分别对信息因素和求职信息搜寻发生时高校学生所处的场景进行统计。通过相关性分析(见表8)发现信息因素的4个检验标准和对求职信息的态度都呈正相关，信息质量、内容的相关性、信息源的可靠性、信息服务标准越高，高校学生对获取到有用或感兴趣信息的认同度越高。信息因素的检验标准调查统计结果见表9，高校学生普遍认为4项对信息的检验标准重要性程度都很高，其中最高的是信息源的可靠性，其次是提供的信息服务优质性与展现界面的易操作性。发生情景方面，获取信息情景调查统计结果见表10，发现面试和招聘会是获取到有用和感兴趣信息的多发场景，其次是求职类信息检索(54.8%)，线下的与家人朋友聊天情景下发生占比最低。

表8 求职信息的态度与信息因素的检验标准相关性分析

| 检验因素 | 采纳信息的态度 |
|---|---|
| 信息质量 | 0.319** |
| 信息内容的相关性 | 0.218** |
| 信息源的可靠性 | 0.209** |
| 信息服务,展现界面 | 0.142* |

注:“**”表示相关性在0.01水平上显著(双尾),“*”表示相关性在0.05水平上显著(双尾)

表9 信息因素的检验标准调查统计

| 测量题项 | Mean | SD | 排序 |
|---|---|---|---|
| 信息质量 | 3.8 | 0.845 | 4 |
| 信息内容的相关性 | 3.82 | 0.878 | 3 |
| 信息源的可靠性 | 3.9 | 0.868 | 1 |
| 信息服务,展现界面 | 3.84 | 0.786 | 2 |

表 10 获取信息情景调查统计

| 测量题项 | 求职类的信息检索 | 参加面试和招聘会 | 浏览校内海报栏 | 浏览交互网站动态 | 浏览求职网的个性化推荐 | 家人朋友聊天 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| N | 143 | 162 | 136 | 128 | 114 | 70 |
| 占比(%) | 54.80 | 62.10 | 52.10 | 49.00 | 43.70 | 26.80 |

## 3.3 信息的采纳行为特征

### 3.3.1 信息的采纳行为类型

为考察高校学生对求职信息的使用行为，调查中设置"你会对哪些类型的信息采取使用行为"，结果见表 11，采取直接忽略行为的人数占比最少，近 3/4 的人选择将其保存起来稍后再使用，持续关注并深度搜寻与之相关主题的信息的人数占比次之，直接浏览使用和分享行为相对较少。在搜寻信息与偶遇信息的使用先后顺序方面，绝大多数的高校学生会选择先保存发现的信息，接着回到当前的求职搜寻活动，搜寻任务处理完后再返回处理发现的信息。

表 11 采纳行为调查统计

| 测量题项 | 直接忽略 | 立即使用该信息 | 将其保存起来稍后再使用 | 将其分享给他人 | 持续关注并深度搜寻与之相关主题的信息 | 直接忽略发现的信息，继续之前的求职搜寻 | 保存路径返回原搜寻，结束后处理发现的信息 | 中止原求职搜寻任务，处理发现的信息 | 先处理发现的信息，结束后返回原求职搜寻 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| N | 34 | 66 | 195 | 79 | 120 | 52 | 226 | 74 | 56 |
| 百分比(%) | 6.90 | 13.40 | 39.50 | 16.00 | 24.30 | 12.70 | 55.40 | 18.10 | 13.70 |
| 个案百分比(%) | 12.70 | 24.60 | 72.80 | 29.50 | 44.80 | 19.40 | 84.30 | 27.60 | 20.90 |

### 3.3.2 求职信息的采纳偏好和用途

为探讨信息的使用类型和用途，调查中分别设置"你会对哪些类型的信息采取使用行为""对于无意间遇到的信息你觉得它对你有何帮助"题项对高校学生求职信息的接收偏好和用途进行分析。采纳的信息类型和用途结果见表 12，更多的人会偏向感兴趣公司的工作环境、企业文化、周边环境、意向城市或职位的公司招聘信息及福利待遇、可能会用到的求职面试、工作经验分享类信息，对兼职、创业和感兴趣的城市和公司发生的娱乐新闻类信息使用率较低。在信息的用途方面，50% 以上的人认为求职信息的使用可以帮助获取招聘信息、提高对目标企业和职位的了解情况、修正和完善现有的求职方向和目标、积累就业和创业的经验与技巧。

表 12 采纳的信息类型和用途调查统计

| 采纳类型 | 测量题项 | 感兴趣城市和公司发生的娱乐新闻 | 感兴趣公司的企业文化环境 | 公司的周边环境和交通状况 | 公司的相关培训和发展计划 | 公司招聘信息及福利待遇 | 求职面试、工作经验分享 | 企业的兼职类招聘信息 | 创业经验分享 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | N | 82 | 157 | 157 | 121 | 153 | 134 | 59 | 38 |
| | 占比(%) | 30.60 | 58.60 | 58.60 | 45.10 | 57.10 | 50.00 | 22.00 | 14.20 |
| | 排序 | 6 | 1 | 2 | 5 | 3 | 4 | 7 | 8 |
| 用途 | 测量题项 | 提高对目标企业和职位的了解 | 检验已有求职认知 | 修正完善求职方向和目标 | 积累就业创业的经验技巧 | 获取招聘信息 | 丰富总结过去求职经验 | 在将来的求职创业中会用到 | |
| | N | 138 | 132 | 146 | 139 | 134 | 75 | 78 | |
| | 占比(%) | 51.50 | 49.30 | 54.50 | 51.90 | 50.00 | 28.00 | 29.10 | |
| | 排序 | 3 | 4 | 1 | 2 | 5 | 7 | 6 | |

### 3.3.3 信息采纳行为的影响因素

为研究求职搜寻中不同的信息类型是否会产生不同的使用行为，利用多重对应分析二者之间是否存在某种对应关系，见图 2。结果表明保存、持续关注并深度搜寻行为和招聘信息、经验分享，意向公司职位招聘、企业文化环境等信息类型之间有联系。

## 3.4 结果讨论

### 3.4.1 采纳的自我认知和渠道认知水平中等

从高校学生总体认知水平来看，高校学生对自我和求职渠道认知的每项均值与最大值 5 的比值均在 60% –75% 之间（本研究将与最大值的比小于 60% 认定为低；大于等于 60% 小于 75% 为中；大于等于 75% 小于 90% 为良；大于等于 90% 为优），所得结果对求职信息的认知度为中等水平且年级对高校学生的认知有

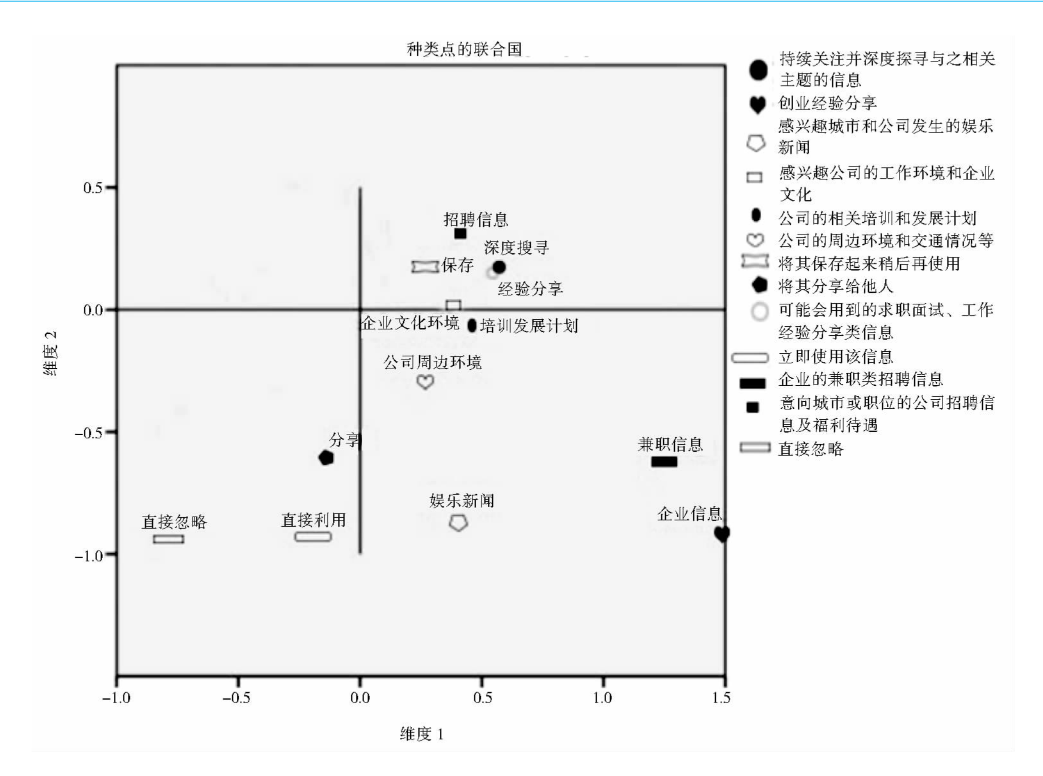



图 2　使用行为和信息类型多重对应分析

显著影响。根据对调查结果的进一步分析表明，大四、大五学生对求职的迫切程度和信息需求情况相对较高，对搜寻渠道和功能的使用频次、主动查找信息的意识也相对高于其他年级，这从一定程度上反映了对信息的需求迫切程度一定程度上促进了高校学生主动进行信息搜寻活动从而提升了其关于求职的认知。就总体的自我认知而言，大部分高校学生有主动去查找信息的意识并具有熟练使用搜索引擎等工具的信息技能和评估利用信息的能力，但在明确表达自己所需信息方面相对较弱。从渠道认知角度看，高校学生主要集中于通过校内招聘会等线下渠道获取求职信息，对于大街网等交互式的招聘网站熟悉度和使用程度都比较低，使用求职搜寻渠道的搜索浏览交互等功能进行求职搜寻的意识也相对较弱。因此，从信息素养培养的视角来看，高校学生应提高认知能力，培养利用多种求职搜寻渠道的多种功能进行信息搜寻的意识，在线下搜寻的基础上充分利用交互网和求职网的个性化定制和信息推送服务获取与自己兴趣和需求相关的信息，从而不断修正完善自己的求职信息需求并准确表达出来，增加信息偶遇的发生几率。对于求职信息发布方而言，首选高校学生熟知的渠道发布，除了校内招聘会、海报栏、学校公众号类信息的投放，求职网可以专设高校模块，一方面降低高校学生的求职搜寻难度，另一方面帮助企业增加信息在目标人群中的展现机会。

### 3.4.2　采纳的态度注意与搜寻目的相关，检验评价标准多元

整体来看，高校学生对求职搜寻中获取信息的有用性评价较高，绝大多数高校学生认为搜寻中经常遇到有用和感兴趣的信息，这个结果表明了求职搜寻中应重视如关注、定制等主动信息获取渠道的重要性，但有少部分高校学生对求职搜寻中碰到有用的信息持不确定的态度，根据对相关数据选择个案分析发现相对于比较同意和非常同意的人群（认知均值 22.3）来说，持不确定态度（认知均值 21.2）的高校学生自我认知偏低，由此看来认知影响高校学生对采纳信息有用性评价的感知。从注意偏好来看，不同搜寻目的的高校学生更加偏向于注意与自己当前问题相关的问题，求职场景的高校学生偏向招聘信息及福利待遇，创业兼职则更偏向创业经验类、兼职类信息。从信息的检验角度看，高校学生认为信息质量、相关性、发布方的可靠性、服务质量 4 个方面都是评价的重要标准。因此，提供求职信息的渠道应采取相应的信息过滤机制及评审措施，保证信息源的可信度、界面的简单和易操作性、信息内容的高质量，为高校学生提供优质、可靠、及时的求职信息。

### 3.4.3　采纳的具体行为集中，采纳类型因搜寻情境呈现多样化

高校学生使用求职信息的主要行为是先保存起

来,其次是持续关注并深度搜寻与之相关主题的信息。在搜寻任务与信息处理的先后顺序上,管家娃等发现很多用户会终止对初始目标的搜寻转向偶遇的信息[23],而本研究中绝大多数高校学生会采取先保存获得的信息,处理完当前的搜寻任务再返回信息处理。可能是因为与广泛的信息搜寻不同,求职搜寻场景高校学生有明确具体的目标,能够意识到当前搜寻任务的紧迫和重要性,不会因为偶遇的信息偏离原本的搜寻任务。从保存的信息类型来看,他们更偏向于对招聘信息、经验分享、企业文化环境类信息采取保存和深度搜寻行为。信息采纳类型的行为规律与产生注意的规律类似,不同搜寻目的的高校学生偏向采纳与自己当前问题相关的问题。与兴趣相关的偶遇信息分为两类,一类是可以提高对目标企业和职位的了解情况或日后可能有用的信息如企业文化环境、经验分享,此类信息的使用可以检验已有求职认知的正确与否、修正和完善求职目标、帮助用户增加知识储备,因此在不同的搜寻目的中都具有较高的比例;另一类是娱乐类信息如感兴趣城市和公司发生的娱乐新闻等,此类信息没有特定的用途,因而采纳率在各个场景中都较低。在此基础上对产生注意的信息类型和采取使用行为的信息类型进行对比分析发现,各类型的信息在产生注意中所占的观察值比例普遍高于采取使用行为的观察值比例,这说明在对求职信息产生注意到使用过程中有一个检验筛选的过程,从而过滤掉一部分信息。

综上,高校学生一方面应培养良好的个人信息管理习惯,利用便利的网络技术和功能完善的求职应用提供的服务对引起注意的信息进行即时存储分享,防止错过有用信息,更充分地发挥各类求职信息的价值,可以通过合理途径提升高校学生信息素养,使学生对于信息获取过程有意识地再思考,在理解各类信息源的特征以及有效获取方式基础上,实现搜寻行为与任务认知的迭代优化;另一方面对当前的搜寻任务和信息获得有一个主次关系的思考和认知,避免在众多信息中失去方向、偏离原来的求职搜寻目标。此外求职网站应完善个性化推荐功能,利用历史数据,分析挖掘用户搜寻意图,从而实现精准推荐,为处于不同求职情景的人提供当前需要的信息类型,创造更好的搜寻体验。

## 4 结语

本文基于"认知－态度－使用"模型分析了求职搜寻中信息的认知情况、态度形成、信息采纳的具体行为表征,研究结论揭示了当下高校学生对求职信息的采纳行为特征及影响因素,一定程度上反映了高校学生求职认知和使用上存在的一些问题,也为信息发布者在求职信息发布时提供进一步优化的方向。其行为规律的发现一方面能够促进知识发现与知识共享,对于提升高校学生信息素养、增加有效信息获取的发生几率、获取有效求职信息具有积极的指导作用;另一方面,通过对求职信息采纳过程的研究,求职信息的发布者可以通过改变信息内容展示渠道与系统功能等方法优化信息系统设计,改善信息服务流程,在更大程度上满足求职者的信息需求,为信息发布方合理选择职位发布方式与途径提供理论借鉴。文章中采纳行为研究的开展,并未对信息的来源或获取方式进行区别,在就业服务不断"互联网＋精准"的趋势下,未来研究可进一步探索如信息偶遇等被动信息获取情境下的采纳行为。

**参考文献:**

[1] 人力资源社会保障部. 关于做好 2018 年全国高校毕业生就业创业工作的通知[EB/OL]. [2020－04－12]. http://www.gov.cn/xinwen/2018-03/13/content_5273648.htm.
[2] KANFERR, WANBERG CR, KANTROWITZ TM. Job search and employment: a personality-motivational analysis and meta-analytic review.[J]. Journal of applied psychology, 2001, 86(5):837－855.
[3] BRETZ R D, BOUDREAU J W, JUDGE T A. Job search behavior of employed managers [J]. Personnel psychology, 2006, 47(2): 275－301.
[4] 赵晓玲,骆雯萱,丁福兴. "互联网＋"时代职业搜寻方式的嬗变与趋向[J]. 黑河学刊,2017 (1):26－28.
[5] STEFFY B D, LEDVINKA J. The long-range impact of five definitions of "fair" employee selection on black employment and employee productivity[J]. Organizational behavior & human decision processes, 1989, 44(2):297－324.
[6] 王知津,韩正彪,周鹏. 非线性信息搜寻行为研究[J]. 图书馆论坛,2011 (6):225－231,281.
[7] STOPFER J M, GOSLING S D. Online social networks in the work context[M]. DERKS D, BAKKER A. The psychology of digital media at work. London: Psychology Press,2013: 39－59.
[8] 李月琳,闫希敏. 大学毕业生就业信息搜寻行为研究:信息源的选择与利用[J]. 图书情报知识,2015(5):91－91.
[9] 范哲,钮燕. 高校学生求职中的社会化媒体搜索行为研究[J]. 情报杂志,2015,34(3):186－191,202.
[10] 李月琳, 闫希敏. 大学毕业生就业信息搜寻成本及其影响因素研究[J]. 图书情报工作, 2015,59(13):53－62.
[11] 张聪聪. 硕士研究生工作搜寻对就业结果的影响研究[D]. 青岛:青岛大学,2018.

[12] 朱姝. 基于工作搜寻理论的大学生就业问题分析[J]. 思想理论教育(上半月综合版)，2014 (4):95－98.
[13] 王雪芬，朱庆华，常李艳,等.虚拟求职社区的用户交互行为特点——以应届生求职论坛为例[J]. 图书情报工作,2018,62(10):62－69.
[14] 车晨. 应届毕业生求职信息搜寻行为研究——意义建构理论的视角[D].南京:南京大学，2015.
[15] 王雪芬，朱庆华，赵宇翔. 面向求职的社交网络行为研究进展综述[J]. 情报资料工作，2017(2):92－101.
[16] 周涛，陈可鑫. 基于SOR模型的社会化商务用户行为机理研究[J]. 现代情报，2018，38(3)：51－57.
[17] 邓卫华，易明，李姝洁. 基于"认知－态度－使用"模型的在线用户追评信息使用行为研究[J]. 情报资料工作，2018(4)：71－79.
[18] ERDELEZ S. Towards understanding information encountering on the Web[J/OL]. [2020－04－17]. https://www. researchgate. net/publication/234577202_Towards_Understanding_Information_Encountering_on_the_Web.
[19] 潘曙光. 信息偶遇研究[D]. 重庆：西南大学，2009.
[20] 陈为东，王萍，王益成.学术新媒体环境下用户信息偶遇要素及内在机理研究[J]. 情报理论与实践,2018,41(2)：28－33，45.
[21] 粟村伦久.情报遭遇に関する利用者行动モデルの再检讨ウェブ上の情报遭遇に対する调查[J].Library and information science,2006(55):47－69.
[22] ERDELEZ S. Information encountering：an exploration beyond information seeking[D]. Syracuse：Syracuse University，1995.
[23] 管家娃，张玥，赵宇翔，等. 社会化搜索情境下的信息偶遇研究[J]. 情报理论与实践,2018，41(12)：18－24，44.

**作者贡献说明：**
范哲:论文选题与构思、大纲拟定、指导数据收集与分析、论文撰写与修改;
张雨婷:文献整理、数据收集与分析、参与初稿撰写;
孙晓宁:提出论文修改意见,参与论文修改。

## A Study on College Students' Adoption Behavior of Encountering Information in Job Search

Fan Zhe[1]　Zhang Yuting[1]　Sun Xiaoning[2]
[1] School of Economics & Management, Nantong University, Nantong 226019
[2] School of Information, Shanxi University of Finance and Economics, Taiyuan 030006

Abstract: [**Purpose/significance**] This paper explores the information adoption behaviors of when college students search for jobs, provides reference for the optimization of job search. [**Method/process**] Based on the model of cognitive-attitude-behavior, this paper established the research framework of the information adoption behavior in job search. On this basis, this paper carried empirical research, got data of the information adoption behavior when college students search for jobs by questionnaires, analyzed and induced data by mathematical statistics and correspondence analysis, explored the internal mechanism of adoption behavior. [**Result/conclusion**] College students' self-awareness and channel awareness of the information adoption is medium. Attitude of the adoption are related to the purpose of search, inspection and evaluation criteria are pluralistic. Specific behavior of the adoption is focused, types of the adoption are diverse because of the search situation.

Keywords: college student　search for job information　adoption behavior　model of cognitive-attitude-behavior